ABSTRAK

Rika Kartini / 21408007 / Analisis Ekuitas Merek Coffee Morning Glory Pada PT. Morning Glory International Cabang Bandung / Dibawah Bimbingan Dra. Rahma Wahdiniwaty, M.Si.

Ekuitas merek (*brand equity*) sangat penting dalam memberikan nama merek suatu produk dan ekuitas merek juga memiliki peran yang sangat penting akan memajukan sebuah perusahaan, hal ini dilakukan mengingat ketatnya persaingan usaha di Indonesia khususnya di Bandung sehingga perusahaan harus dapat mempertahankan pelanggannya. Kekuatan merek terletak pada kemampuannya untuk mempengaruhi perilaku pembelian. Merek diyakini mempunyai kekuatan yang besar untuk memikat orang untuk membeli produk atau jasa yang diwakilinya. Seperti halnya pada PT. Morning Glory cabang Bandung yang memiliki ekuitas merek yang tinggi, hal ini dikarenakan antusias konsumen terhadap merek Morning Glory yang tinggi. Untuk mempertahankan apa yang dinilai positif oleh responden serta meningkatkan kembali pelaksanaan yang dinilai baik sehingga dapat dijadikan motivasi agar lebih baik lagi.

Tujuan dari peneliti ini adalah untuk mengetahui tanggapan responden mengenai ekuitas merek coffee Morning Glory pada PT. Morning Glory International Cabang Bandung.

Metode yang digunakan dalam menyusun laporan Tugas Akhir ini menggunakan metode deskriptif yaitu suatu penelitian yang menggambarkan keadaan perusahaan yang sebenarnya. Adapun teknik pengambilan sampel yang dilakukan dalam penelitian ini adalah menggunakan *random sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden, dan teknik pengumpulan data menggunakan studi lapangan (observasi, wawancara, kuesioner) dan studi kepustakaan.

Dari analisis dan pembahasan mengenai tanggapan responden terhadap ekuitas merek coffee morning glory pada PT. Morning Glory International cabang Bandung, menunjukkan bahwa ekuitas merek dinilai tinggi, dengan skor sebesar 4.225 (70.41%)

Kata Kunci : Ekuitas merek